

COMUNICAT DE PRESĂ

14 mai 2020

Sphera Franchise Group se concentrează pe serviciile de livrare și Drive-Thru ale KFC și Pizza Hut, pentru a atenua impactul pandemiei de coronavirus

Evenimente-cheie:

- Măsurile extinse de izolare din România, Republica Moldova și Italia au afectat rezultatele Sphera, dar compania a reușit să atenueze efectele acestora concentrându-se pe canalele Delivery și Drive-Thru ale KFC și Pizza Hut;
- Vânzările consolidate ale Sphera au ajuns la 198,3 milioane RON în T1, în scădere cu 7,6% comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut;
- Profitul operațional al restaurantelor* a scăzut cu 66% Y/Y la 7,4 milioane RON în T1, în timp ce rezultatul operațional* a înregistrat o pierdere de 6.5 milioane RON, o scădere cu 160% Y/Y;
- EBITDA normalizat* a înregistrat o scădere de 77% Y/Y până la 3,5 milioane RON în T1.

*) excluzând impactul adoptării IFRS 16.

Sphera Franchise Group („Sphera”) raportează vânzări consolidate de 198,3 milioane RON (28,64 milioane EUR) în primul trimestru al anului, reprezentând o scădere de 7,6% comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut. Scăderea a fost determinată în principal de închiderea sau limitarea activității restaurantelor impuse de autoritățile guvernamentale din țările în care operăm.

Compania a reușit să atenueze impactul măsurilor extinse de izolare impuse în România, Italia și Republica Moldova, concentrându-și atenția pe canalele Delivery și Drive-Thru, care continuă să servească mâncare prin KFC Delivery, KFC Drive Thru și Pizza Hut Delivery. În timp ce impactul inițial a fost de scădere cu 80% a vânzărilor față de anul precedent (în primele trei săptămâni de restricții), grupul a reușit să își majoreze gradual operațiunile astfel încât nivelul actual al vânzărilor este de 65% sub nivelul anului trecut.

Sphera operează în prezent 82 de restaurante (dintr-un total de 154), din care 46 restaurante KFC în România, 10 restaurante KFC în Italia, 1 restaurant KFC în Republica Moldova, 20 restaurante Pizza Hut și 5 restaurante Taco Bell.

„Cu siguranță, acestea sunt vremuri dificile pentru industria restaurantelor, iar compania noastră nu este ferită de măsurile adoptate pentru a controla pandemia. Totuși, avem un model de business puternic, care s-a dovedit capabil de adaptare rapidă la noul mediu, iar în prezent lucrăm pentru a recupera din pierderi. Vom continua să prioritizăm siguranța angajaților și clienților noștri, în timp ce, în paralel, vom asigura calitatea continuă a operațiunilor și vom proteja valoarea pentru acționarii noștri”, a declarat Călin Ionescu, Directorul General interimar al Sphera.

Profitul operațional al restaurantelor* a ajuns la 7,4 milioane RON în T1 2020 (reprezentând 3,8% din vânzări), în scădere cu 66% comparativ cu anul precedent, în timp ce rezultatul operațional* a înregistrat o pierdere de 6,5 milioane RON, comparativ cu un profit de 8,7 milioane RON în anul anterior.



EBITDA normalizat* a scăzut cu 77% Y/Y, la 3,5 milioane RON în T1 2020, ca urmare a scăderii vânzărilor, pe fondul măsurilor generale de izolare. Pierderea netă* a atins nivelul de 9,6 milioane RON în T1 2020, comparativ cu un profit net de 5,1 milioane RON în T1 2019.

“Am întărit controlul asupra cheltuielilor noastre operaționale, utilizând nu numai sprijinul acordat de Guvernele României și Italiei, dar și prin angajarea în negocieri de bună credință cu proprietarii de spații comerciale și furnizorii de alte servicii către restaurantele noastre și către serviciul administrativ”, a declarat directorul financiar Valentin Budeș.

Sphera Franchise Group și-a restrâns operațiunile restaurantelor din România în data de 18 martie, ca urmare a ordinului emis de Ministerul Afacerilor Interne, care a interzis servirea preparatelor în spații închise. Grupul a decis implementarea unor măsuri suplimentare de siguranță în toate restaurantele sale din țară, întărind procedurile de igienă și siguranță care erau deja în vigoare.

De la începutul pandemiei, compania a donat 100.000 EUR pentru echipamente medicale către Crucea Roșie Română și a livrat mese zilnic de la brandurile KFC și Pizza Hut pentru o parte dintre angajații Institutului Național de Boli Infecțioase „Prof. Dr. Matei Balș” și Direcției Publice de Sănătate din București. În plus, compania a redirecționat o parte din materia sa primă (produse alimentare) către diferite organizații din București și din țară, care susțin persoane provenind din medii dezavantajate.

Contact:

Pentru mai multe informații, vă rugăm contactați:

Cristina Butunoi

Corporate Director, Golin Bucharest

E-mail: cbutunoi@golin.com